

SANOAT KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH CHORA- TADBIRLARINING KETMA KETLIGI

Xusanova Maloxat Mengnorovna

Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti ilmiy darajali assistenti

ORCID – 0009 0000 6042 8584 // xusanovamalohat@tiet.uz

Annotatsiya. *Ushba maqolada, turli bozorlarda xo'jalik yurituvchi subyektlar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi sanoat korxonalarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini hamda ularning raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish masalasi o'rganilgan. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida nazariy va amaliy nuqtai nazardan ekzogen va endogen omillarning o'zgaruvchan ta'siri sharoitida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *raqobat turlari, raqobat muhiti, raqobatbardoshlik, sanoat korxonasi, raqobat omillari, raqobat muhitini boshqarish, raqobatbardoshlikni oshirish, raqobatning kuchayishi, tovar ishlab chiqarish, ishlab chiqarish jarayoni, korporativ boshqaruv, boshqaruv tuzilmasi.*

Kirish. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish muammosi hozirgi vaqtda iqtisodiyot sohasidagi fundamental va amaliy tadqiqotlarning eng dolzarb vazifalaridan biri hisoblanadi. Raqobat shakllari va usullarining rivojlanishini belgilovchi muhim omillardan biri globallashtirishdir. Globallashtirish jarayonida sanoat korxonalari o'rtasida o'z tovarlari, xorijiy investitsiyalar, innovatsiyalar va yangi texnologiyalar bozorlari uchun raqobat nihoyatda kuchaydi.

Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasida raqobatbardoshlikning bir necha jihatlarini, tovarlarning raqobatbardoshligi, tovar ishlab chiqaruvchilarning (firmalar, korxonalar) raqobatbardoshligi, mintaqalar (mamlakatlar, millatlar) raqobatbardoshligini ajratib ko'rsatish odatiy holdir. Tovarlarning raqobatbardoshligi deganda tovarlarning bozordagi boshqa shunga o'xshash tovarlarga nisbatan raqobatbardosh bozor talablariga, iste'molchilar talablariga javob bera olishi va shuning uchun o'rtacha bozor narxidan past bo'lmagan narxlarida sotilishi tushuniladi [1].

Zamonaviy bozor munosabatlari sharoitida sanoat tarmoqlarini faol rivojlanishi, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishi, o'zgaruvchan muhitga moslashuvchan boshqaruv tizimini tashkil etish muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda sanoat korxonalari korporativ boshqaruv modellarini rivojlantirish, boshqaruvning usul va uslublarini takomillashtirish, boshqaruv tizimidagi faoliyatlarni raqamlashtirish, korxonalarining optimal boshqaruv tuzilmasini ishlab chiqish hamda raqobatda ustunlik beruvchi strategiyani qo'llashni talab etmoqda.

Hozirgi vaqtda ishlab chiqarish korxonalari oldida turgan eng asosiy masala optimal usul asosida korxonaning iqtisodiy samaradorligini oshirish hamda raqobatbardoshligini ta'minlash hisoblanadi. Iqtisodiy samaradorlikka erishishda zamonaviy texnika-texnologiyalar, xodimlarning mehnat salohiyatini oshirish bilan bir qatorda zamonaviy boshqaruv tamoyillarini qo'llash talab etilmoqda.

Hozirgi kunda sanoat korxonalari boshqaruvida raqobat muhitini shakllantirishda turli yondashuvlardan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Tizimli maqsadli yondashuv metodologiyasidan foydalanish korxona boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini shakllantirish va rivojlantirishga ta'sir qiluvchi ikkita asosiy omillar guruhini tanlashni ta'minlaydi. Bularga korxonalarning o'ziga hos xususiyati hamda tashqi muhitning ta'sirini aks ettiruvchi tuzilma kiradi.

Global o'zgarishlar davrida tashqi muhitning doimiy o'zgarishi, texnologiyalarning zamonaviylashuvi korxonaning umumiy holatiga ya'ni, raqobat muhitini shakllantirishda turlicha ta'sir ko'rsatmoqda. Bugungi kunda yirik korxonalar boshqaruvida ko'plab muammolar uchramoqda, bularga o'rta bo'g'in menejerlari mehnat faoliyatlarini qoniqarsizligi, turli tuman nazorat qiladigan tizimlar bilan bog'liq sarf-xarajatlarni mavjudligi, ishlab chiqarish hajmini pasayishi shular jumlasidandir.

Shu sababli, ishlab chiqarishni va birinchi navbatda, uni boshqarish tizimini tarkibiy qayta qurish tobora dolzarb vazifaga aylanib bormoqda, uni hal qilishda korxonalarni boshqarishning samarali tashkiliy-iqtisodiy modelini yaratish uchun zamonaviy menejmentning tizimli tamoyillarini qo'llash maqsadga muvofiqdir.

Sanoat korxonalari boshqaruv tizimini doimiy ravishda takomillashtirish mexanizmini ishlab chiqishda bir qator o'zaro bog'liq elementlardan iborat tizimni yaratish zarur. Ya'ni korxona boshqaruvida o'lchash, tahlil qilish, rivojlantirish, nazorat qilish hamda baholash funktsiyalari kombinasiyasi muhim rol o'ynaydi. Ushbu elementlarni barchasi tizimning umumiy maqsadini qo'llab-quvvatlashga xizmat qilishi lozim.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha ko'plab olimlar tadqiqot olib borgan bo'lib, ularning ishlari sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini tushunish va yaxshilash uchun asosiy nazariy asoslarni shakllantirgan. Jumladan, M.Porter o'zining "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance" [2] asarida raqobat ustunligi nazariyasini ishlab chiqdi va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish uchun asosiy omillar sifatida sanoat tuzilmasi va kompaniya strategiyasiga e'tibor qaratdi. Porterning "Besh kuch" modeli raqobatni tahlil qilishda keng qo'llanilib, korxonalarning raqobat ustunligini shakllantirishda ichki omillar (masalan, xarajatlarni kamaytirish, sifatni oshirish va innovatsiyalar) hamda tashqi omillar (sanoatning tuzilishi va bozor sharoitlari) muhimligini ko'rsatadi. J.Shumpeter innovatsiya va ijodiy halokat nazariyasini ilgari surib, raqobatning rivojlanishida innovatsiyalar va texnologik yangilanishning ahamiyatini ta'kidlagan [3].

Jay Barney resurslarga asoslangan nazariya tarafdori bo'lib, korxonalarning ichki resurslari va qobiliyatlariga e'tibor qaratadi. Uning fikricha, raqobat ustunligi, asosan,

korxonaning noyob resurslariga bog'liq bo'lib, bu resurslar (masalan, brend, bilim, maxsus texnologiyalar) raqobatchilarga nisbatan ustunlikni ta'minlaydi [4].

MDH olimlaridan L.Abalkin sanoat rivojlanishi va korxonalar raqobatbardoshligini milliy iqtisodiyotga bog'liq holda o'rganadi. U iqtisodiy strategiyaning eng muhim jihatlarini tahlil qilgan va korxonalarning barqaror raqobat ustunligini shakllantirish uchun davlatning roli katta ekanini ta'kidlagan. A.Tatarkin esa raqobat strategiyalari, innovatsion rivojlanish va sanoat klasterlarini shakllantirish mavzusida tadqiqotlar olib boradi. U sanoat korxonalari uchun integratsiyalashgan klasterlar yaratish orqali raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlarini o'rganib chiqadi. Uning fikricha, klasterlar innovatsiya va hamkorlikni rivojlantirish orqali korxonalarni jahon bozorlarida raqobatbardosh qilishga yordam beradi.

O'zbekistonlik tadqiqotchilardan M.Mamatov sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda iqtisodiy samaradorlik va innovatsion yondashuvlarning ahamiyatini ta'kidlaydi. Uning tadqiqotlari resurslarni samarali boshqarish, ichki bozorda va xalqaro bozorda muvaffaqiyatli raqobatlash uchun texnologik yangiliklarni joriy etishga asoslangan. R.Karimov O'zbekiston sanoatining raqobatbardoshligini oshirish uchun import o'rnini bosuvchi mahsulotlarni ishlab chiqarish va eksport salohiyatini oshirishga katta ahamiyat beradi. U sanoat tarmoqlarini diversifikatsiya qilish va xorijiy bozorga chiqish imkoniyatlarini yaratish orqali raqobatbardoshlikni kuchaytirish yo'llarini o'rganadi. Uning tadqiqotlari raqobat strategiyalarini rivojlantirishda iqtisodiy islohotlar va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishni muhim deb biladi. Sh.Nazarov raqobat strategiyalarini ishlab chiqishda milliy xususiyatlarni hisobga olish zarurligini ta'kidlaydi. U raqobatbardoshlikni oshirish uchun sanoat korxonalarining biznes jarayonlarini modernizatsiya qilish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va samaradorlikni oshirishga qaratilgan tadbirlarni tavsiya qiladi.

Bugungi kunda kuchli raqobat muhitida korxonani boshqaruv tizimi quyidagi talablar asosida ishlab chiqishni talab etadi[6]:

- korxonalar mahsulot (xizmatlar) assortimentini tezda o'zgartirish imkonini beruvchi moslashuvchan ishlab chiqarish vositalariga ega bo'lishi lozim. Bu aksariyat holatlarda mahsulotlarning (xizmatlarning) ba'zi turlarini hayot davri qisqa bo'lishi, bir martalik mahsulotlar ishlab chiqarish bilan bog'liq;

- boshqaruv jarayonida nazorat, tashkil etish va mehnat taqsimotining mutlaqo yangi shakllarini talab qiladigan murakkab ishlab chiqarish texnologiyasiga ega bo'lishi zarur;

- tovar (xizmatlar) bozorida mahsulot sifati bo'yicha ustunlikka erishishga, sotishdan keyingi servis xizmatini takomillashtirishga hamda korxona brendini ommalashtirishga e'tibor qaratish lozim;

- mahsulot tannarxini optimallashtirish bilan bog'liq tadbirlarni olib borish zarur;

- tashqi muhitni o'zgaruvchanligini e'tiborga olgan holda risklarni boshqarish mexanizmlarini ishlab chiqish talab etiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur maqolada sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishning asosiy omillari va strategiyalari tadqiq qilinadi. Maqolada raqobatbardoshlik, innovatsiyalar, investitsiyalar va texnologik rivojlanish bo'yicha eng

asosiy nazariyalar va ilmiy tadqiqotlar ko'rib chiqilgan. Jumladan, Portnering raqobat ustunligi nazariyasi, Avstriya maktabining raqobat tushunchasi va resurslarga asoslangan yondashuv nazariyalaridan, mahalliy sanoat korxonalarining raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari, xalqaro savdo ma'lumotlari, investitsiya jozibadorligi bo'yicha reytinglar va sanoat korxonalarining moliyaviy hisobotlaridan foydalanilgan.

Tadqiqot metodlari sifatida avvalgi tadqiqotlar va nazariy yondashuvlar tahlil qilingan. Bu tadqiqot orqali sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda qo'llaniladigan asosiy kontseptsiya va strategiyalar tanqidiy ko'rib chiqilgan. Xalqaro va milliy darajadagi sanoat korxonalarining raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari solishtirilib, turli davlatlardagi sanoat korxonalarining raqobat ustunliklariga nisbatan bir-biridan farq qiluvchi jihatlari ko'rib chiqilgan. Shu bilan birga, rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarning sanoat korxonalari o'rtasidagi raqobatbardoshlik darajasi tahlil qilinadi. Moliyaviy ko'rsatkichlar, investitsiyalar hajmi va iqtisodiy o'sish sur'atlari o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash maqsadida statistik tahlil o'tkazilgan. Sanoat korxonalarining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va tahdidlarini aniqlash uchun SWOT tahlili amalga oshirildi. Mazkur metodlardan foydalanish orqali sanoat korxonalari uchun raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha muhim strategiyalar aniqlangan. Tadqiqot natijalari korxonalarning ichki va tashqi omillarini yanada chuqurroq tushunishga va shunga mos ravishda raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha samarali chora-tadbirlarni ishlab chiqishga imkon yaratadi.

Tahlil va natijalar. Tovar ishlab chiqaruvchilarning (firmalarning, kompaniyalarning) raqobatbardoshligi - bu tovar ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilarning bir xil bozorlarga o'xshash tovarlarni yetkazib beradigan yoki bozorlarga kirib borishga intilayotgan raqiblari bilan raqobatlasha olish qobiliyatidir [1].

Mamlakat yoki davlatning raqobatbardoshligi - bu mamlakat yoki davlat iqtisodiyotining xalqaro savdoda ishtirok etish, jahon bozorlarida ma'lum segmentlarni saqlab qolish va kengaytirish, jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlar ishlab chiqarish qobiliyatidir [2].

"Raqobatbardoshlik" atamasi birinchi navbatda raqobatbardoshlik qobiliyati, ya'ni sub'ektning raqobat sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish, belgilangan maqsadlarga erishish va o'z manfaatlarini himoya qilish qobiliyati sifatida talqin etiladi.

Sanoat korxonasining raqobatchilarga qarshi turish qobiliyatini iqtisodiy ko'rsatkichlar yordamida baholash mumkin. Sanoat korxonasi uchun raqobatning asosiy yo'nalishlari resurslarni jalb qilish va tashkilotning missiyasini amalga oshirish - korxona tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarga jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy ehtiyojlarini qondirishdir. Sanoat korxonasining bu qobiliyati tashkiliy-iqtisodiy asosga ega va baholanishi mumkin. Shu bilan birga, sanoat korxonasining raqobatbardoshligi ko'p jihatdan u joylashgan muhitga bog'liq.

Tashqi muhitning ayrim elementlari korxona tomonidan qisman nazorat qilinishi mumkin, uning strategiyasi va taktikasiga (raqobatbardoshlikning endogen yoki ichki omillariga) bog'liq bo'lishi mumkin, boshqa elementlar esa korxona faoliyatiga bog'liq emas, ular hisobga olinishi va ularga moslashtirilishi kerak (ekzogen - tashqi). Tashqi muhit

omillarini milliy, mintaqaviy va tarmoqqa ajratish mumkin. Sanoat korxonasining raqobatbardoshligi bir qator sub'ektlarning qarorlari bilan shakllantiriladi, ular orasida korxonalarning o'zlari, odatda sanoat manfaatlarining vakillari bo'lgan biznes hamjamiyatlari, ilmiy hamjamiyat, iqtisodiy siyosatni shakllantiruvchi turli darajadagi hokimiyat organlari va boshqalar kiradi.

Evolutsiya nazariyasi va resurslarga yo'naltirilgan nazariya tarafdorlari bo'lgan Avstriya maktabi vakillari raqobatni resurslar uchun kurash jarayoni deb bilishadi. Quyida resurslarning asosiy turlari: investitsiyalar, mehnat va xom ashyo uchun firmalarning raqobatini ko'rib chiqamiz.

Investitsiya resurslari - korxonalarning asosiy fondlarini sotib olish va yaratish, texnologiyalarni rivojlantirish, nomoddiy aktivlar uchun kapital qo'yilmalardir. Jahon amaliyoti investitsiyalarni to'g'ridan-to'g'ri va portfelga ajratadi hamda ular investitsiya motivi va ko'lami bilan ajralib turadi. To'g'ridan-to'g'ri investorlar uchun investitsion jozibadorlik ko'rsatkichlari investitsiyalarni qaytarish muddati, keyingi rentabellik va mulkni saqlash kafolatlari hisoblanadi. To'g'ridan-to'g'ri investorlar ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun nafaqat moddiy resurslar bilan ta'minlaydi, balki, ular o'zlarining nou-xaularini taklif qilishadi. Portfel investitsiyalari daromad olish maqsadida amalga oshiriladi, portfel investorlari esa boshqa tegishli ishlab chiqarish omillarini ta'minlamasdan, investitsiyalarning rentabellik va tavakkalchilik motivlarini boshqaradilar. Portfel investorlarining manfaatlari qisqa muddatli va ayrim hollarda spekulativ xarakterga ega. Korxonaning strategik rivojlanishi nuqtai nazaridan, eng katta tahdid va imkoniyatlar to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar bilan bog'liq.

Investitsiyalar iqtisodiy faoliyat turi sifatida xalqaro, milliy va mintaqaviy darajada tartibga solinadi. Huquqiy tendensiyalar shundan iboratki, xalqaro tashkilotlar, qoida tariqasida, sanoati rivojlangan mamlakatlar va transmilliy korporatsiyalar manfaatlarini ifodalab, kapital bozorlarini liberallashtirishga intilishadi, milliy hukumatlar esa chet el kapitalini jalb qilish to'g'risida e'lon qilgan holda, aslida ularni himoya qilishga qaratilgan turli proteksionistik choralarni amalga oshiradilar.

Ko'pincha rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshlik darajasi yuqoriroq bo'lishiga qaramay, rivojlangan mamlakatlar hukumatlari tomonidan ko'riladigan choralar rivojlanayotgan mamlakatlarga qaraganda ancha qat'iydir. Bu davlat boshqaruvining mavjud tizimi bilan izohlanadi. Muayyan korxonaning investitsiyalarni jalb qilish uchun jozibadorligi ko'plab omillarga bog'liq. Yuqorida aytib o'tilganidek, sarmoya kiritishning asosiy (lekin yagona emas) motivi daromad olishdir. Investor minimal tavakkalchilik bilan maksimal daromad olishni xohlaydi, shunga mos ravishda rentabellikni pasaytiradigan yoki xavf tug'diradigan hamma narsa kapital bozorida korxonaning raqobatbardoshligini pasayishiga olib keladi.

Korxonaning investitsiyalar uchun jozibadorligini belgilovchi ichki omillar korxonaning obro'si va rentabelligi, tashqi omillar esa investitsion muhit hisoblanadi. Rentabellik - bu olingan foydaning xarajatlarga nisbati - kompaniya faoliyatining asosiy ko'rsatkichlaridan

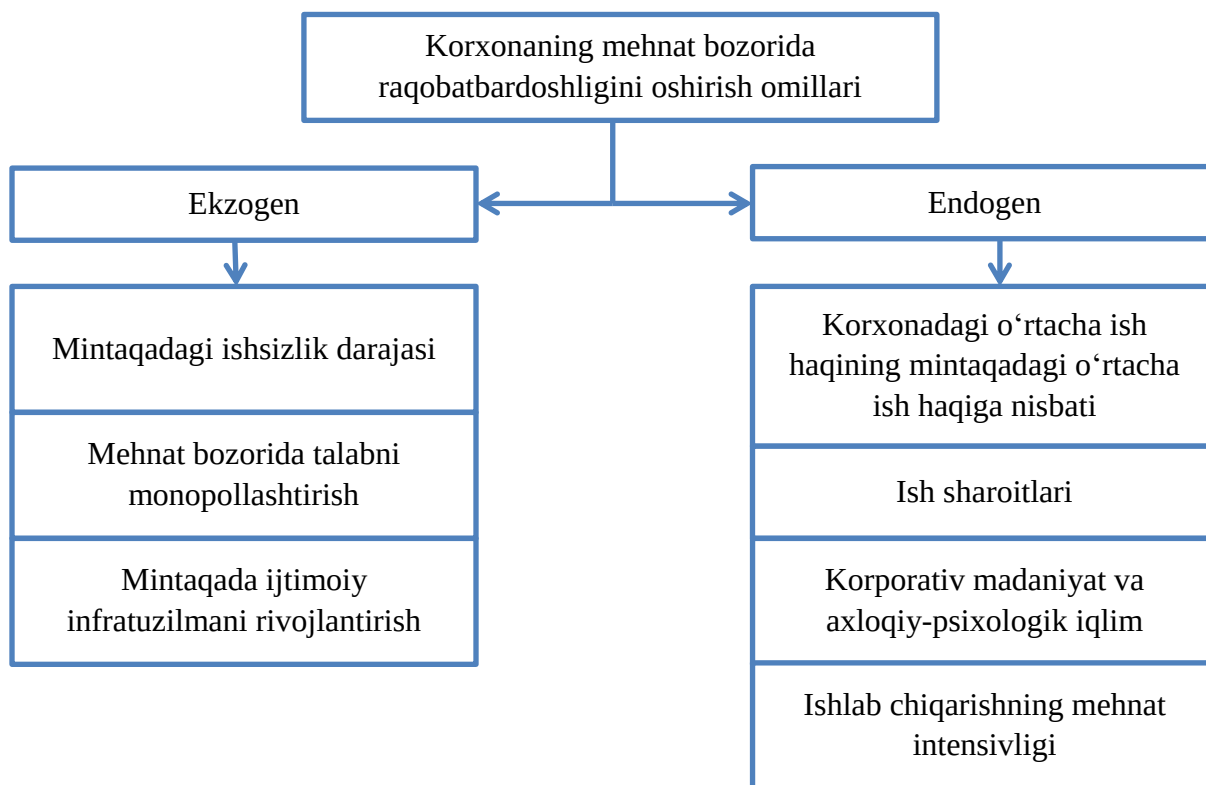
biri. Kompaniyaning obro'sini baholash uchun turli usullar qo'llaniladi. Eng keng tarqalgan usullar kompaniyaning bozor qiymati va uning aktivlari qiymati o'rtasidagi farqni baholashdir. Portfel investorlari uchun kompaniyaning dividend siyosati va minoritar aksiyadorlarning pozitsiyasi katta ahamiyatga ega. Investitsion muhit tarmoq, milliy va mintaqaviy darajada belgilanadi va birinchi navbatda, investitsiyalarni jalb qilish bo'yicha turli darajadagi hokimiyat organlari tomonidan olib borilayotgan siyosatga bog'liq.

Korxonaning mehnat bozoridagi raqobatbardoshligi eng yaxshi mutaxassislarni jalb qilish qobiliyatidir. Xodimlar kompaniya ishtirokchilari sifatida daromad olishdan, shuningdek, boshqa ehtiyojlarni qondirishdan manfaatdor. Mehnat motivatsiyasining nomoddiy omillari qiziqarli ish va yaxshi mehnat sharoitlari hisoblanadi.

Shunday qilib, mehnat bozorida korxonaning jozibadorligi ko'rsatkichlari ish haqi darajasi, ish beruvchining obro'si va korporativ madaniyat omillari hisoblanadi. Baholangan ko'rsatkichlar kadrlar almashinuvi va mehnat nizolari soni bo'lishi mumkin. Shuningdek, mehnat resurslarini jalb qilish uchun rivojlangan ijtimoiy infratuzilma zarur, bu ko'pincha korxonaga nisbatan boshqarilmaydigan tashqi (mintaqaviy) omil hisoblanadi. Qoniqarsiz ijtimoiy infratuzilma ishchi kuchining hududiy mehnat bozoridan chiqib ketishiga olib kelishi mumkin, bu esa korxonaning raqobatbardoshligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Xom ashyo bozoridagi raqobat kam yoki asosiy resurslarga kirish uchundir. Korxonani xomashyo bilan ta'minlash ko'p jihatdan ta'minotni boshqarish vazifasi hisoblanadi. Biroq, asosiy resurslar ustidan nazorat firmaning sanoatga kirishi uchun to'siqlardan biri hisoblanadi. Korxonalarning qiymat zanjiri bo'ylab vertikal integratsiyalashuvi monopollashgan va oligopolistik tarmoqlarda keng tarqalgan hodisadir.

Korxonaning resurslar bozorida raqobatbardoshligini baholash uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan ko'rsatkichlarni ko'rib chiqamiz. Ularni endogen va ekzogenga bo'lish mumkin. Korxonaning mehnat bozoridagi o'rnini tavsiflovchi ko'rsatkichlar endogen- (korxonadagi o'rtacha ish haqining mintaqadagi o'rtacha ish haqiga nisbati; mehnat sharoitlari (kapital-mehnat nisbati bilan baholanishi mumkin); va ekzogen-(mintaqadagi ishsizlik darajasi; monopolizatsiya); mehnat bozoridagi talab (korxonadagi ishchilar sonining mintaqadagi ijtimoiy infratuzilmaning rivojlanishiga nisbati (aholining uy-joy bilan ta'minlanishi, tibbiy va ta'lim muassasalarining qulayligi va sifati); xizmatlar va boshqalar (1-rasm).



1-rasm. Korxonaning mehnat bozorida raqobatbardoshligini oshirish omillari.

Korxona raqobatining yana bir sohasi iste'molchilar uchun raqobatdir. Raqobat narx yoki narx bo'lmagan usullar bilan amalga oshirilishi mumkin va raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari kompaniya tomonidan amalga oshirilgan strategiyaga bog'liq. Raqobatbardoshlikni aniqlash uchun korxonaning maqsadi katta ahamiyatga ega [5].

Kompaniya maqsadlaridagi farqlar tufayli samaradorlikni baholash uchun bitta iqtisodiy mezonidan foydalanish mumkin emas. Shunday qilib, ishlab chiqarish kooperativi uchun samaradorlik ko'rsatkichi ish haqi fondi, aksiyadorlik jamiyati uchun - olingan foyda bo'lishi mumkin va bu korxonalarni solishtirish uchun qo'shilgan qiymat ko'rsatkichidan foydalanish mumkin. Sotilgan mahsulot yoki sotilgan xizmatlar narxini o'zgartirish imkoniyatiga ega bo'lmagan munitsipal korxona uchun samaradorlik ko'rsatkichi mahsulot birligiga xarajatlar darajasi bo'ladi va qo'shilgan qiymat ko'rsatkichi samaradorlikni aks ettirmaydi.

Xulosa. Raqobatning mohiyati va mazmunini nazariy o'rganish natijasida "raqobat" toifasi ham bozor tuzilishi, ham jarayon sifatida ko'rib chiqiladi. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi raqobat shakllari xilma-xil bo'lib, ular hududiy, tarmoq, davlat va bozor omillari ta'sirida shakllanadi; Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligi tushunchalari tashqi muhitning hududiy va tarmoq omillari ta'siri natijasida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini shakllantirish jarayonini tavsiflaydi.

Korxonaning raqobatbardoshligini oshirish tizimi korxona va sub'ektlarning (korxonalarning o'zi va tashqi muhit sub'ektlarining) raqobatbardoshligini oshirish ob'ektlaridan iborat. O'zaro ta'sir mexanizmlari korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish sub'ektlari va ob'ektlari o'rtasidagi aloqalarni shakllantiradi, bunda korxona raqobatbardoshligini oshirish jarayonida tashqi muhit elementlarining rolga alohida e'tibor beriladi, tashqi muhitning tarmoq omillari aniqlanadi va tavsiflanadi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. М.: Инфра-М, 2003.
2. Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 1985.
3. Schumpeter, J. A. Capitalism, Socialism and Democracy. Routledge, 1976
4. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2009.
6. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление: пер. с англ. / Д. Аакер; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2012. – 544 с.